balkon

B a l a i r u n g K o r a n

Balkon Edisi 69, Senin 13 Desember 2004



Drs. Ariyanto, M.Hum

Dengan Bahasa Ke Negeri Sakura

Dondee/Bal

balkon

Balairung Koran

Abib/Bal

Akhirnya Lulus Juga !

Keluarga Besar BPPM UGM *BALAIRUNG* mengucapkan selamat atas diwisudanya :

Annas Abdul Ghofur, S.S.
Mantan Redaktur Bahasa *BALAIRUNG*

M. Bustom, S.E.
Mantan Redaktur Pelaksana *BALAIRUNG*

Primakrisna T, S.Psi.
Mantan Kabag Iklan *BALAIRUNG*

Imam Risdianto, S.S.
Mantan Redaktur *BALAIRUNG*

Ihsanuddin Tohir, S.S.
Mantan Staf Perusahaan *BALAIRUNG*

Wisuda bukan akhir perjalanan, tapi awal dari pengabdian.

UGM sepertinya tidak serius mengelola kampusnya. Buktinya waktu malam hari Boulevard dibiarkan jadi tempat nongkrong ratusan muda-mudi pamer motor.
Herman, 08156XXXXX

Selamat kepada UGM yang memperingati Dies Natalis yang ke-35 semoga tambah berkualitas.
David @ eudoramail.com

Balkon gimana sih? Edisi 68 ada banyak salahnya, yang serius dong!
Vyta, 0856731XXX

Terima kasih atas koreksinya, kritik Anda merupakan masukan berharga bagi kami.
Redaksi

Sampaikan segala macam kritik, saran, makian, dan uneg-uneg anda ke Balkon_ugm@eudoramail.com atau sms ke 08562907979 atau 081578884721

DITERBITKAN OLEH BPPM UGM BALAIRUNG Penanggungjawab: Lukman Solihin **Koordinator**: Ryan **Tim Kreatif:** Anthony, Bram, Alvi, Reza **Editor:** Angga, Nurdin, Dinar, Rusman, Nadya, Ryan, Izzah, Adi, Reza **Redaksi:** Arief, Hanora, Ikhdah, Ides, Anton, Maharani, Feisal, Supitra, Rudi, Emi **Riset**: Hakim, Hanum, Echi, Lidya **Perusahaan:** Galih, Singgih, Mustangin, Ninung, Fifi, Lisa, Ratri **Produksi**: Benhart Lee, Ajeng, Yaya', Aad, Dondee

ALAMAT REDAKSI DAN SIRKULASI: BULAKSUMUR B-21 YOGYAKARTA 55281, TELEPON:(0274) 901077, FAX:(0274)566171, **E-MAIL: BALKON.UGM@EUDORAMAIL.COM,** REKENING BCA YOGYAKARTA NO.0372072120 A.N WIDHI BUDIARTATI +++ GRATIS DI: UPT I, UPT II, PERPUSTAKAAN PASCASARJANA, MASJID KAMPUS, BONBIN SASTRA, GELANGGANG MAHASISWA, WARTEL KOPMA, PARKIR TP, KAFETARIA KOPMA, FASNET TEKNIK, KPTU TEKNIK, WARNET EKONOMI, PLAZA FISIPOL, KANTIN BIOLOGI, KANTIN PETERNAKAN, KANTIN FILSAFAT, FAKULTAS-FAKULTAS LAIN, DAN BULAKSUMUR B-21

Redaksi menerima tanggapan, pesan, kritik, maupun saran pembaca sekalian yang berkaitan dengan lingkungan UGM melalui alamat E-Mail balkon_ugm@eudoramail.com atau SMS ke 08170418077 atau juga dapat langsung disampaikan kepada awak balairung di Bulaksumur B-21.

Ketika Ruang-Ruang Akademik Mulai "Terinfeksi" **Iklan**

Laiknya tempat pendidikan, kampus semestinya tidak dijadikan sarana promosi suatu produk. Namun apa lacur, saat ini disekitar kampus UGM banyak bertebaran iklan dari produk-produk tertentu. Bagaimana hal itu bisa terjadi?



Dari delapan belas fakultas yang ada di UGM, setidaknya ada tujuh fakultas yang sarananya menyertakan brand tertentu (lihat tabel). Sarana-sarana tersebut antara lain: kantin, papan pengumuman, lapangan, dan wall climb (panjat dindingRed), pelbagai pesan sponsor itu kelihatan mencolok bila kita perhatikan dengan seksama.

Di Fakultas Isipol(Ilmu Sosial dan Ilmu Politik) misalnya, BALKON menemukan kantin dan papan pengumuman nilai (sekarang sudah dicopot) terpampang brand dari suatu produk tertentu. Ibu Ngatini sebagai salah satu pengelola kantin mengatakan, bahwa pemasangan brand di kantinnya dimulai sewaktu adanya promosi yang dilakukan oleh pihak sponsor. Ketika ditanya tentang proseduralnya, ia menuturkan bahwa ia hanya diberitahu oleh pihak sponsor akan memasang brand produknya yang sebelumnya telah diberi izin oleh pihak dekanat. Kompensasi yang diterimanya dari pihak sponsor pun hanyalah beberapa meja makan dan selebihnya tidak ada. Ketika diminta kejelasan mengenai pemasangan brand pada papan pengumuman nilai di Isipol, tiba-tiba Wakil Dekan III bidang kemahasiswaan, Drs. Usmar Sallam, M. Si, segera meninggalkan ruangannya dan memerintahkan beberapa karyawan dari sub bagian umum dan perlengkapan untuk mencopot brand tersebut dengan cara menggergajinya. Ketika ditanya mengenai alasan pencopotan brand pada papan pengumuman nilai tersebut, ia hanya mengatakan bahwa pencopotan itu adalah perintah dari Dekan Fakultas Isipol, Prof . Dr. Mochtar Mas'oed, karena pihaknya banyak menuai protes dari mahasiswa mengenai pemasangan brand tersebut.

Sementara itu, di Fakultas Filsafat juga terdapat sarana publik yang menyertakan salah satu brand tertentu pada fasilitas wall climb. Perihal keberadaan brand tersebut, Arindra, salah satu pengurus MAPALA Panta-Rhei, mengungkapkan, bahwa pengadaan wall climb yang ada di Fak. Filsafat tersebut sebenarnya dimulai dari suatu promo yang diadakan oleh suatu produk tertentu. Mengenai prosedur kerjasama dan pengadaan fasilitas tersebut, mahasiswa angkatan 2000 ini menjelaskan, bahwa tidak ada prosedur yang melibatkan dekanat secara langsung. Mahasiswa hanya berhubungan langsung dengan sponsor, dan membuat kontrak kesepakatan. Mengenai besarnya nilai kontrak, untuk wall climb yang ada di Fakultas Filsafat adalah sebesar 19 juta selama 5 tahun. Jadi selama 5 tahun brand tersebut harus tetap terpasang. Masih menurutnya, hal tersebut dilakukan karena pihak fakultas ternyata tidak dapat menyediakan dana pembuatan dan perawatan wall climb tersebut.

Hal serupa juga terjadi di Fakultas Teknik. Brand dari salah satu merk rokok tampak pada wall climb dan lapangan basket fakultas ini. Wall climb setinggi 18,5 m tersebut merupakan yang terbesar di Jogja. Jufrianto, mahasiswa jurusan Teknik Elektro '01 yang juga merupakan ketua umum MAPALA Fakultas Teknik, Satu Bumi, membenarkan adanya kerjasama antara oraganisasi pencinta alam ini dengan pihak sponsor . Ia menjelaskan pengerjaan wall climb tersebut dilakukan antara bulan Mei-September 2003. Besarnya dana untuk pengerjaan proyek tersebut adalah 125 juta rupiah, yang semuanya ditanggung oleh pihak sponsor."Pihak dekanat hanya memberi izin berupa SK lainnya itu tidak ada," katanya ketika ditanya peran fakultas dalam pengadaan fasilitas tersebut.

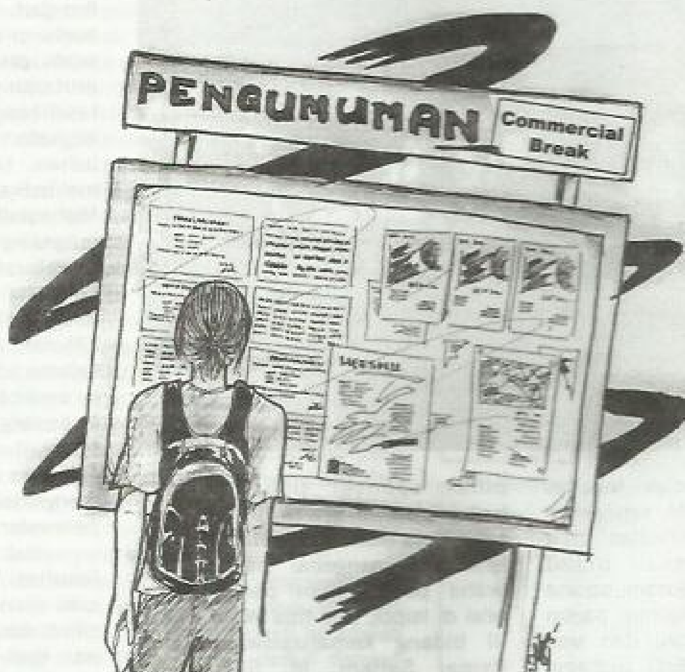
Demikian juga halnya dengan Fakultas Geografi. Beberapa sarana

Fakultas	Sarana yang mencantumkan *brand*
ISIPOL	Papan pengumuman nilai (dicabut rabu tgl 1 Desember 2004), Kantin
FILSAFAT	Wall Climb (dikontrak 5 tahun)
PETERNAKAN	Kantin
PERTANIAN	Wall Climb (dikontrak 3 tahun)
GEOGRAFI	Lapangan basket (dikontrak 3 tahun), Wall Climb (dikontrak 3 tahun)
TEKNIK	Wall Climb (dikontrak5 tahun), Lapangan basket (dikontrak 5 tahun)
PSIKOLOGI	Papan pengumuman di gedung kuliah sebelah utara

seperti wall climb dan lapangan basket juga tidak luput dari pemasangan brand produk tertentu. Menurut Doni, mahasiswa Geografi '97 kontrak lapangan basket berlangsung sejak agustus 2004 hingga Agustus 2007. Sedangkan untuk kontrak Wall climb berlangsung sejak Desember 2002 hingga Desember 2005. Ia juga menyatakan pihak dekanat hanya dilibatkan sebatas pemberian izin dalam proposal mengenai pengadaan sarana tersebut.

Berbeda dengan yang terjadi Fakultas Psikologi, pihak dekanat fakultas tersebut melarang adanya pemasangan iklan dan kerjasama dengan perusahaan rokok. Pernyataan tersebut dilontarkan Warsilah, Kepala Bagian Tata Usaha mengatakan "pihaknya tidak tahu tentang adanya brand yang menempel pada papan pengumuman tersebut".

Menanggapi berita adanya brand yang terpampang di beberapa fakultas di UGM, pihak Universitas yang diwakili oleh Kepala Bagian Minat Penalaran dan Informasi Kemahasiswaan (MPIK), Sunarto S.Sos, menjelaskan bahwa adanya brand yang masuk di beberapa fakultas tersebut memang merupakan kewenangan dekanat di masing-masing fakultas. Hal ini menurutnya dikarenakan pihak dekanat memiliki hak otonom dalam mengelola fakultasnya. Ketika dikonfirmasi mengenai kebijakan rektorat perihal permasalahan tersebut, Sunarto juga menuturkan bahwa pelarangan promo produk itu pernah diatur melalui Surat Edaran tanggal 23 Oktober 1996 Nomor/UGM/6719/UM/04/03. Surat ini ditujukan antara lain untuk: A. Pembantu Dekan III di lingkungan UGM;



B.Pengelola Auditorium UGM , Graha Sabha Pramana; dan C. Sekber Olah raga dan Sekber Kesenian UGM. Inti Surat Edaran ini adalah melarang pemasangan logo sponsor rokok dan minuman keras di lingkungan UGM dalam bentuk apapun. Kemudian melalui Surat Keterangan tanggal 29 Februari 2000 No 968/J01/KM.00.05/2000, pihak rektorat mencabut ketentuan tentang pemasanagn logo sponsor rokok. Jadi khusus untuk sponsor rokok kemudian di izinkan untuk dipasang kembali. Hal itu dilakukan mengingat event yang diselenggarakan oleh mahasiswa membutuhkan dana yang tidak sedikit jumlahnya dan hanya perusahaan rokoklah yang berani mensponsori event tersebut. "Penyertaan sponsor hanya bisa dilakukan bila mahasiswa ingin mengadakan acara-acara tertentu dan bukan pengadaan sarana seperti yang terjadi di beberapa fakultas belakangan ini,"tambahnya.

Terkait dengan hal tersebut, Sunarto mengatakan, apabila banyaknya pemasangan brand di beberapa fakultas dianggap mengganggu, maka pihak rektorat (Universitas) dapat mengeluarkan SK yang dirasa perlu untuk membatasi beredarnya iklan suatu produk yang masuk melalui sarana fakultas. Hal ini dimaksudkan supaya kampus tidak dipenuhi oleh brand yang tidak berhubungan sama sekali dengan esensinya sebagai institusi pendidikan.

Kebijakan Rektorat yang kemudian menyerahkan sepenuhnya hal ini kepada masing-masing fakultas tentu mempunyai dampak. Kemudian ada beberapa fakultas yang mulai penuh dengan brand dan ada yang memilih untuk tetap tidak dipasangi brand, adalah konsekuensi dari kebijakan tersebut. Apakah hal itu merupakan kebutuhan yang tak terbantahkan atau merupakan pilihan yang menguntungkan.

| Anton | Rudy |

Geliat Fakultas Hadapi Ancaman Iklan

Tampak berbagai merek iklan bermunculan dalam ruang publik di beberapa kampus. Namun, tidak semua fakultas menunjukkan gejala itu. Setidaknya, masih bisa dijumpai ruang publik di kampus-kampus tersebut tetap steril dari iklan. Wujud idealisme di tengah maraknya penguasaan ruang publik oleh kapital?

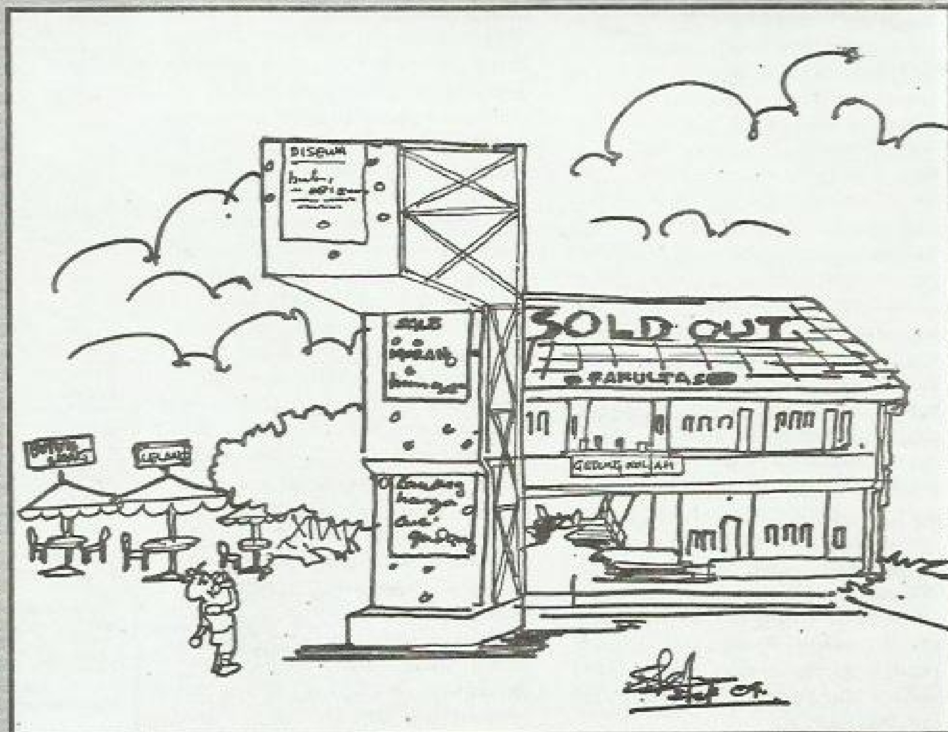
Ruang publik kampus menjadi wilayah strategis untuk memasarkan produk. Maka tak jarang para pengiklan membidik area ini untuk berpromosi. Sedangkan bagi fakultas yang menyediakan ruang publik, mendapatkan keuntungan. Sarana publik yang harusnya dipakai untuk keperluan pendidikan justru digunakan untuk kepentingan promosi.

Namun, tidak semua fakultas bisa dimanfaatkan oleh pengiklan. Di Fakultas Kedokteran, misalnya. Tiap bagian di fakultas ini tak ditemui logo-logo dari sponsor. "Dekanat memiliki komitmen untuk menolak segala penawaran dalam bentuk apapun, walaupun komitmen tersebut tidak tertulis," ungkap Prof. dr. Supargiyono DTM & H,SU, Ph.D yang kala itu menjabat Wakil Dekan Administrasi Umum fakultas ini. Komitmen itu bertujuan untuk membebaskan sarana prasarana kampusnya sebagai ajang promosi.

Mengacu pada hal tersebut, Supargiyono juga mengemukakan beberapa produk yang pasti ditolak. "Terutama sponsor rokok," tambahnya menegaskan. Menurut pendapatnya, produk itu bertentangan dengan misi kesehatan yang dikampanyekan fakultas ini. Hal senada dikemukakan oleh Putri, anggota BEM Fakultas Kedokteran. "Enggak etis, masa Kedokteran kerjasama dengan produk rokok," kata mahasiswi Kedokteran '02 ini. Tetapi keduanya tidak menyangkal apabila pernah bekerjasama dengan sponsor untuk mengadakan kegiatan. Semisal pada suatu seminar, salah satu produk minuman susu pernah menjadi rekanan Fakultas Kedokteran. Ruliyanto, mahasiswa Fakultas Kedokteran Gigi '02 juga menyatakan hal yang serupa bahwa kampusnya bersih dari penempelan logo sponsor. Walau tidak menutup kemungkinan mengadakan kerjasama untuk keperluan penyelenggaraan acara. "Hanya sebatas acara, tidak merambah ke sarana kampus," imbuhnya.

Fakultas Kehutanan juga melarang ruang publiknya dikomersialkan. Dengan pertimbangan lain, Fakultas Kehutanan berusaha mengindahkan ketentuan dari universitas perihal pemasangan iklan di fakultas. "Sebelumnya kan ada aturan dari universitas yang melarang hal-hal semacam itu. Kami secara prinsip memang tak setuju," kata Urip Sudiyono, Kasubbag Kemahasiswaan Fakultas Kehutanan. Pihak dekanat pun memiliki kode etik mengenai hal itu. Menurutnya, semua pengurus dekanat tahu kode etik itu. Meski tidak ada aturan tertulis. Urip menambahkan, produk seperti rokok, minunan keras maupun minuman berenergi tidak diperbolehkan berpromosi di wilayah kampus.

Tapi, bukan berarti Fakultas Kehutanan tak luput dari incaran pengiklan. Sebuah produk rokok pernah menawarkan pembuatan lapangan basket walaupun masih tahap penjajakan. Setelah Fakultas Kehutanan



menampik, pengiklan itu tak lagi meneruskan penawarannya. "Kampus harusnya berorientasi pendidikan, bukan profit," tegasnya. Walaupun penolakan terhadap kehadiran pengiklan tersebut berakibat minimnya pemasukan fakultas ini.

Kendati begitu, bukan berarti Kehutanan tidak melakukan kerjasama sama sekali. Kampus ini menyiasati dengan mengajak pihak-pihak yang tak melanggar komitmen. Kerjasama dilakukan dengan pihak yang peduli pada persoalan edukasi. Lebih lanjut, Urip mencontohkan adanya rekanan dengan perusahaan komputer. Selain itu, kerjasama juga dijalin dengan institusi yang menyediakan lowongan kerja bagi lulusan Fakultas Kehutanan, semisal Perhutani.

Satu lagi kampus yang juga bersih dari label-label sponsor, Fakultas Hukum (FH). Meskipun beberapa tahun lalu, di fakultas ini dijumpai sarana kampus untuk beriklan. Ketika itu, Majestic 55 kelompok mahasiswa pecinta alam FH, menjalin kerjasama dengan perusahaan rokok terkemuka. Wujud kerjasama itu berupa pendirian wall climbing di lingkungan kampus. Sekarang, setelah masa kontrak telah habis, tak ada lagi sponsor di wilayah publik FH. "Kontrak itu sudah lama berakhir, jadi brand tersebut sudah Kami cabut,"ungkap Jarot mahasiswa FH angkatan '99, yang juga mantan ketua umum Majestic 55. Ketika disinggung mengenai hal ini, pihak dekanat FH pun membenarkan.

Di beberapa fakultas, penyikapan dekanat terhadap komersialisasi ruang publik wilayah kampus tidak jelas. Tidak ada komitmen yang secara tegas melarang pemasangan iklan di kampus. Bahwa pelarangan pemasangan iklan di ruang publik tidak disebabkan oleh idealitas institusi pendidikan. Akan tetapi karena tidak adanya pengiklan yang tertarik untuk berpromosi. Artinya, bila ada sponsor yang bersedia "membeli" ruang publik kampus, fakultas akan mengizinkan untuk kepentingan pengiklan. Seperti yang terlihat di Fakultas MIPA, FKG, dan Fakultas Biologi.

Ketika ditemui di ruang kerjanya, Dr. Bambang Rusdiarso, DEA selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan FMIPA saat itu, menyatakan bahwa ,tidak adanya iklan di Fakultas MIPA karena tidak dilirik pengiklan. Penilaian ini didukung Ruliyanto. "Memang FKG selektif, tapi dari sponsor sendiri banyak yang tak tertarik beriklan di sini," lontar Ruli, yang juga pegiat BEM FKG. Sampai saat ini memang tak ditemui iklan-iklan di sarana kampusnya.



Contoh yang berbeda terjadi di Fakultas Ekonomi (FE). Fakultas ini dianggap sebagai salah satu fakultas yang "menjual". Pemasangan iklan di kampus ini dinilai efektif. Hal ini dibenarkan oleh pihak dekanat. Bahwa fakultasnya ideal untuk dimasuki sponsor ataupun untuk lahan berpromosi. Tetapi dari hasil pengamatan, tak dijumpai komersialisasi ruang publik kampus di FE. Ketika hal ini dikonfirmasikan ke Drs. Basuki Yudantoro selaku Kasubbag Kemahasiswaan FE, ia menyatakan memang kerjasama seperti itu sangat terbatas. Kalaupun ada, perizinanannya harus jelas. Mekanismenya melalui persetujuan dekanat, untuk kemudian dipublikasikan ke seluruh warga FE.

Dekanat FE hanya bekerjasama secara institusional dengan perusahaan berskala besar. Wujud kerjasama yang bisa diterima, semisal, untuk pembangunan gedung program profesi dan pascasarjana."Kalau di sarana terbuka memang tidak ada," katanya.

Pengurus dekanat FE menginginkan pembangunan yang dilakukan atas biaya sponsor, hendaknya seoptimal mungkin untuk tujuan akademis. "Inipun tidak ingin setengah-setengah, jumlahnya malah sangat besar," tambah Basuki. Untuk prosedurnya, Basuki tak tahu aturan persisnya. Karena, perusahaan mana yang boleh beriklan di FE diputuskan oleh pengurus dekanat. "Semua keputusan ada di kepengurusan dekanat, kalau saya, mengurusi bagian operasionalnya," Basuki menambahkan. Kendati demikian, pihak fakultas tetap melakukan koordinasi dengan DEM FE. "Aspirasi mahasiswa juga kita libatkan," imbuhnya.

Apa yang terjadi di FE sama sekali berbeda dengan Fakultas Ilmu Budaya (FIB). Ketika disinggung mengenai Kantin Bonbin yang riuh oleh iklan itu, Drs. Mudjeri, Wakil Dekan Kemahasiswaan FIB saat itu, mengungkapkan bahwa Kantin Bonbin bukan tanggungjawab FIB dan menjadi wewenang universitas. "Bonbin didirikan oleh rektor terdahulu (Prof. DR. Koesnadi Harjasoemantri, S.H.-Red) untuk para PKL," kata Mudjeri menegaskan.

Disinggung mengenai pernyataan ini, Sunarso, S.Sos menyangkalnya. "Bonbin masih menjadi bagian dari FIB," kata Kepala Bagian MPIK ini. Jadi pemasangan iklan di Kantin Bonbin pun dikelola oleh pihak FIB.

Pernyataan berbeda justru datang dari pihak PKL."Pihak sponsor datang ke sini (Kantin Bonbin-Red) dan menawarkan untuk memperbaiki fasilitas kantin, tapi dicat ama logo sponsor," tutur Heru, pedagang koran di Bonbin. PKL tidak merasa keberatan dengan syarat tersebut, karena mereka diuntungkan dengan adanya perbaikan fasilitas kantin.

| Maharani | Arief |

Eric Hiariej: "Tolak! Iklan Masuk Kampus"



Seringkali kita melihat iklan menghiasi ruang publik di dalam kampus. Dari kantin sampai papan pengumuman dihiasi beberapa brand image sebuah produk komersil. Mulai dari jenis minuman sampai rokok. Sehingga kampus terkesan seperti pasar atau toserba yang menjadi ajang promosi. Melihat fenomena seperti ini Eric Hiariej, peneliti dan staf pengajar dari Fisipol mempunyai pendapat yang menarik. Berikut petikan wawancara singkat Balkon dengannya:

Melihat fenomena beberapa brand image atau iklan suatu produk masuk di dalam kampus UGM, bagaimana pandangan Anda?

Orang menganggap banyaknya iklan masuk kampus sejalan dengan go profit-nya UGM menjadi universitas seperti swasta yang meresahkan banyak orang. Sejak saya mahasiswa dulu memang banyak sekali perusahaan besar yang ingin berlomba mensposori kegiatan-kegiatan UGM. Tapi di masa itu kita bisa menolak dengan idealisme bahwa ini wilayah idealis dan tidak boleh terkontaminasi dengan hal seperti itu. Sekarang persoalannya orang memandangnya dengan kacamata yang idealis dan tidak idealis. Orang menganggap mengapa tidak? karena UGM sendiri kan juga mengiklankan diri. Tapi saya akan mengatakan sebaiknya jangan!

Tentu ada kompensasi antara kedua pihak ketika iklan masuk. Misalnya, pihak pengiklan akan diberi kelonggaran untuk mengisi ruang publik pada kampus, etiskah itu?

Kompensasi antara kedua belah pihak harus dihindari. Persoalannya, kita nanti akan membangun institusi pendidikan dengan dibiayai oleh pihak sponsor. Di lain hari mungkin sponsor akan memberikan syarat dan ketentuan tertentu yang kian hari akan menjauhkan UGM dari semangat mendidik. Karena semakin kita membuka sponsor maka semakin mudah kita dikontrol oleh pasar. Hal itu sangat tidak etis. Universitas merupakan lembaga yang semestinya independen dan semestinya mempunyai sikap kritis terhadap pasar. Lalu bagaimana menyatakan sikap independen terhadap sesuatu yang tidak adil jika UGM sendiri disponsori oleh produk iklan? Jadi menurut saya harus ditolak dengan tegas
!

Apakah ada indikasi dari pihak kampus untuk mencari sumber dana dari pengiklan terkait dengan pendanaan kegiatan mahasiswa?

Memang hal itu merupakan persoalan dari dulu. Seringkali kegiatan mahasiswa tidak mempunyai uang karena dana yang disediakan oleh universitas ataupun fakultas sangat terbatas. Oleh karena itu mahasiswa seharusnya memikirkan kegiatan yang tidak boros. Membutuhkan dana banyak tidak apa-apa tetapi mahasiswa harus mandiri.

Apakah masuknya iklan terkait dengan adanya otonomi kampus untuk mencari dana sendiri ?

Salah satunya memang berawal dari itu.Universitas menjadi mudah tergoda untuk mencari dana dari pendapatan yang lain. Kalau situasinya seperti itu maka cerita tentang kontroversi iklan masuk kampus dapat dilihat dalam kaca mata atau konteks yang lebih makro bahwa orang harus terdorong untuk mencari iklan karena memang sumber daya yang dulu ditanggung oleh negara sekarang tidak ditanggung lagi. Cerita iklan masuk kampus bisa mengembalikan perdebatan lama tentang siapa yang harus menanggung biaya pendidikan.

Apakah nanti semua fakultas tersebut juga akan dimasuki produk seperti itu?

Semua produk dimungkinkan untuk bisa masuk tapi kita harus menolaknya karena disini kita belajar. Bukan toserba dimana anda pelanggan dan pengiklan adalah penjual
.

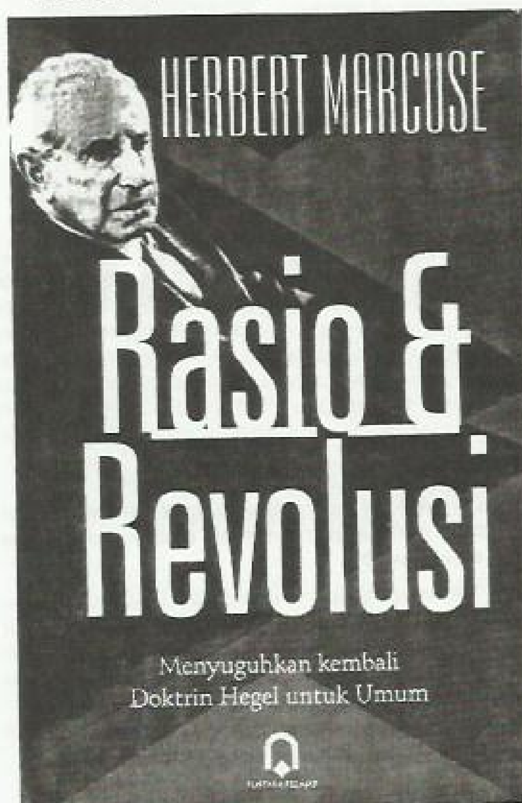
Pengaruhnya bagi civitas akademika khususnya mahasiswa?

Membicarakan pengaruhnya pada mahasiswa tidak sepenting membicarakan yang dilakukan oleh pihak Universitas dalam pelanggaran etika karena memasukkan produk iklan di dalam kampus.

Menyikapi hal itu, bagaimana langkah yang harus dilakukan UGM ke depan?

Membuat peraturan yang tegas dan tolak iklan masuk kampus! []

Hanura



Ketika Marcuse Mengupas Hegel

Judul Buku : **Rasio dan Revolusi**
Pengarang : **Herbert Mar**
Penerbit : **Pustaka Pelajar, Yogyakarta**
Cetakan : **I / 2004**
Tebal : **viii + 366 halaman**

Filsafat Hegel tak pernah habis dibahas. Konsep dialektikanya memberi inspirasi bagi lahirnya ideologi di berbagai negara. Sebut saja Marxisme, liberalisme, bahkan fasisme.

Penafsiran sebuah karya filosofis pasti mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Jika konsep-konsepnya mempunyai kaitan erat dengan tujuan dan kepentingan manusia, perubahan mendasar dalam situasi historis akan mendorong manusia untuk melihat kembali ajaran-ajarannya dengan kacamata baru. Tak ayal, diskusi tentang pemikiran-pemikiran filsafat senantiasa marak.

Di buku ini, Herbert Marcuse mencoba menafsirkan dan menganalisis filsafat Hegel. Ia berusaha membuktikan bahwa konsep dasar Hegel tidak sejalan dengan lahirnya teori dan praktik fasisme serta totalitarianisme.

Bagi Hegel, konsep rasio mempunyai kedudukan sentral dalam ilmu filsafat. Logika tidak harus terkungkung dengan batasan historis dan realita yang ada. Hegel sangat mengagungkan kebebasan berpikir. Wajar jika logika-logika saling bertentangan satu sama lain untuk menemukan logika yang lebih baik, demikian seterusnya. Hegel menganggap kehidupan yang mapan adalah suatu kemunduran, karena hal itu menghambat perkembangan pemikiran.

Mengetahui bagaimana Hegel menemukan pemikiran filsafatnya, kita perlu melihat latar belakang politik, sosial, dan budaya pada masa itu. Hegel hidup di Jerman Raya pada abad ke-18. Oligarki feodal (pemerintahan oleh kumpulan tuan tanah dan bangsawan-*Red.*) berkuasa secara absolut. Korupsi merajalela, banyak jual-beli jabatan, kemiskinan merebak, kesenjangan sosial sangat mencolok, perang saudara bergolak terus-menerus, serta teror berkepanjangan.

Revolusi Perancis tahun 1789 juga menjadi sumber inspirasi Hegel karena kepentingan individu benar-benar dihargai. Semangat pencerahan yang hadir pada saat itu lebih menekankan nilai-nilai rasionalisme. Menjadi hak manusia untuk membentuk dirinya sendiri dan menentang segala bentuk penyalahgunaan kekuasaan.

Atas pemikiran itulah Herbert Marcuse menafsirkan bahwa teori dan praktik fasisme serta totalitarianisme tidak sejalan dengan konsep dasar Hegel. Fasisme dan totalitarianisme mengutamakan kepentingan negara di atas kepentingan lainnya. Tidak dapat dipungkiri paham-paham tersebut mengorbankan kepentingan individu.

Bagian awal buku ini mengupas dasar-dasar filsafat Hegel. Bagian kedua membicarakan lahirnya teori sosial dan filsafat lain pada masa itu. Pada bagian ini dibahas mengenai pertentangan antara filsafat positif dan filsafat negatif. Di akhir bagian buku ini menunjukkan kesimpulan yang menyentak. Hegelianisme terbunuh oleh paham-paham baru yang terlahir dari benihnya sendiri.

Marcuse mencoba menghidupkan kembali roh Hegel. Sistem filsafat Hegel yang terkenal rumit dan sulit dicerna bahkan bagi orang yang mengerti filsafat mampu dibahasakan dengan lebih mudah. Penggunaan bahasa dalam buku ini mudah dipahami sekalipun oleh orang awam. Buku ini layak dibaca oleh pecinta dan penentang Hegelianisme. Bagi peminat filsafat, buku ini rasanya patut dipertimbangkan karena menjadi dasar pemahaman ilmu filsafat logika.

Kelemahannya, buku ini memuat banyak istilah asing yang tidak mudah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia populer. Herbert Mercuse sendiri mengalami kesulitan dalam menerjemahkan filsafat Hegel yang berbahasa Jerman ke dalam bahasa Inggris-Amerika.

Banyak pelajaran berharga yang dapat diambil dari buku ini. Seperti halnya Jerman Raya pada masa Hegel, penyelewengan kekuasaan di Indonesia masih mungkin terjadi. Doktrin Hegel menjadi pilihan penting untuk mengobarkan perlawanan.[]

Hakim

Militer AS dalam Sinema

Tak seperti Perang Dunia II dimana militer AS dinilai positif, dalam Perang Vietnam keterlibatan militer AS justru dinilai negatif baik moral maupun politik.

Film berpotensi memengaruhi kebudayaan secara mendunia yang tidak terlepas dari kepentingan-kepentingan di sekitarnya. Mungkin saja sutradara, pemilik modal, dan ideologi negara memiliki kepentingan dalam peran dan proses produksi film. Setidaknya itu yang terjadi dalam film-film yang mengangkat tema perang Vietnam dan militer AS. Film perang Vietnam melulu menjadi objek rekonstruksi yang meninggikan peran militer AS, entah itu dari kaum liberal maupun konservatif sejak era 70-an. Rekonstruksi itu terutama dijalankan melalui pencitraan militer AS yang mempunyai peran penting dalam perang dan politik luar negeri AS.

Temuan penting inilah yang diungkap E.Wendratama dalam penelitiannya terhadap empat film perang Vietnam : The Green Barets, Apocalypse Now, Rambo: First Blood II, dan Full Metall Jacket, bahwa representasi militer AS dalam film-film perang Vietnam selalu bersifat politis dan menjadi arena persaingan kepentingan-kepentingan politik kubu konservatif dan liberal. Persaingan itu jelas terlihat dalam konteks nilai dan pandangan yang digunakan dalam membuat film sangat beragam, bahkan bertentangan satu sama lain. Kubu konservatif berusaha menggambarkan kebesaran dan keagungan sosok militer AS dan ini menjadi solusi terbaik masalah luar negeri AS. Sedangkan kubu liberal lebih menyukai jalan diplomasi damai dan menjauhi penggunaan senjata.

Penggunaan analisis semiotik dalam mengkaji empat film tersebut merupakan pendekatan yang melihat komunikasi sebagai proses produksi dan pertukaran makna. Ia memfokuskan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan manusia untuk memperoleh makna. Memang setelah analisis semiotik merambah budaya popular, ia pun digunakan juga untuk menganalisis film yang dikembangkkan oleh Christian Metz. Dalam semiotik film bisa dipahami sebagai suatu sistem tanda yang mengandung makna atau semacam bahasa audio-visual dengan pola gramatikal dan sintaksisnya. Metode ini pada akhirnya berusaha mencari makna denotatif dan konotatif yang terkandung dalam gambar dan narasi film dengan merepresentasi militer AS dalam keempat film tersebut.

The Green Barets dan Rambo: First Blood II adalah contoh film yang mewakili pandangan kaum konservatif yang mengagungkan kebesaran Amerika Serikat dengan sosok milternya. film tersebut juga memosisikan AS sebagai polisi dunia yang berkuasa dan menjaga keadilan dunia, dan tahu yang terbaik bagi negara lain. Film ini mencoba menggugah kembali kecintaan masyarakat Amerika terhadap militernya.



Apocalypse Now dan Full Metal Jacket sebaliknya mewakili pandangan kaum liberal yang lebih suka jalan diplomasi dan anti kekerasan. Film ini cenderung tidak bersahabat dan mengritik militer AS. Namun demikian, dalam film Full Metal Jacket, terselip ambiguitas, karena setelah menampilkan kritikan pedas, bagian akhir film itu menampilkan adegan kejayaan militer AS atas musuhnya.

Film Full Metal Jacket secara terang-terangan menentang semangat kebesaran militer dalam film Rambo dengan menelanjangi keburukan sistem pelatihan militer AS yang keras, brutal dan sama sekali tidak manusiawi. Seolah hendak menyampaikan pesan agar militer AS menunjukkan wajah yang manusiawi serta mengurangi arogansinya..

Tak bisa dipungkiri konteks sosial politik pada waktu film tersebut dibuat sangat menentukan citra politik militer AS. Perang Vietnam membuat persepsi masyarakat AS sangat beragam. Pemahaman tentang perang terutama ditentukan oleh sosok pelaku perang, yaitu militer AS yang menjadi wakil dari perang Vietnam itu sendiri. [ ]

| Hanum |



Ekspresi Hidup Lewat Patung

Manusia sering kali lupa kepada Tuhan Sang Pencipta. Ketika mengalami penderitaan saja maka menusia kembali mengingat akan Sang Pencipta. Selain itu manusia dapat pula ingat akan Tuhannya ketika diingatkan oleh orang lain.

Dengan tujuan untuk mengingatkan itulah Yamiek Suharyatno mengadakan pameran patung tunggalnya "...kini wektunya patung daripada Yamiek dipamerken". Sebanyak tujuh buah patung akan dipamerkan pada tanggal 2-15 Desember 2004. Acara pembukaan dihadiri oleh budayawan dan insan seni Indonesia ternama, Butet Kertaredjasa dan Djaduk Ferianto serta dimeriahkan dengan penampilan Orkes Sinten Remen.

Suasana yang kental dengan nuansa spiritual mulai terasa ketika kita memasuki ruang pameran. Salah satu patung berjudul "Yang Satu" memberi kesan pengalaman spiritual yang melekat pada senimannya itu. Patung ini menyimbolkan tentang bagaimana kita sebagai manusia yang hidup dalam satu dunia dan terikat dengan Tuhan. Karya lain yang juga berhubungan dengan Tuhan berjudul "Gema Tanah Jawa". Lewat patung ini Yamiek ingin bercerita tentang penyebaran agama Islam di Tanah Jawa oleh Wali Songo, lewat salah satu medianya adalah wayang. Melalui patung ini juga, Yamiek mengakui eksistensi agama lain yang ada di tanah Jawa sebelum datangnya Islam, tetapi dia menggambarkan bahwa agama Islam adalah yang paling bergema ajarannya di Jawa.

Selain banyak mengangkat persoalan hubungan manusia dengan Tuhan, beberapa karya yang dipamerkan juga menggambarkan penghargaan yang tinggi terhadap kaum wanita. "Surga di Telapak Kaki Ibu" merupakan salah satu contohnya. Patung ini berbentuk segitiga dengan beberapa jejak kaki wanita pada kedua sisinya. Jejak kaki yang terdapat di patung ini dibuat agak dalam sebagai penggambaran tentang beratnya beban seorang wanita, yang dianggap lebih berat dari beban kaum pria. Sama halnya dengan "Odjo Dumeh" dimana Yamiek memprotes kaumnya yang melakukan poligami ataupun selingkuh. Pada satu sisi patung "Odjo Dumeh" menggambarkan kelamin pria. Dari sisi ini Yamiek ingin mengekspresikan tentang keegoisan kaum laki-laki terhadap perempuan. Di sisi yang lain patung ini menggambarkan kelamin wanita, di sini Yamiek ingin menegaskan ketika seorang pria berselingkuh, pada akhirnya dia pasti akan kembali kepada istrinya. Dia secara lugas menuangkan pemikirannya tentang keegoisan lelaki dalam simbol alat kelamin tanpa sama sekali menimbulkan kesan vulgar.

"Perjalanan Akhir" adalah sebuah patung hasil karya Yamiek yang ikut dipamerkan dan mempunyai kesan mendalam baginya. Untuk membuat patung dari kayu ini Yamiek membutuhkan waktu sekitar tiga tahun. Selama proses pembuatan patungnya Yamiek mengalami beberapa cobaan. Ibunda, ayahanda, dan saudaranya sakit secara beruntun. Saat itu Yamiek menyadari bahwa hidup manusia hanyalah sebuah perjalanan (perjalanan digambarkan oleh Yamik dalam bentuk perahu), yang akan diakhiri pada kematian (adanya kuburan di tengah patung menggambarkan kematian).

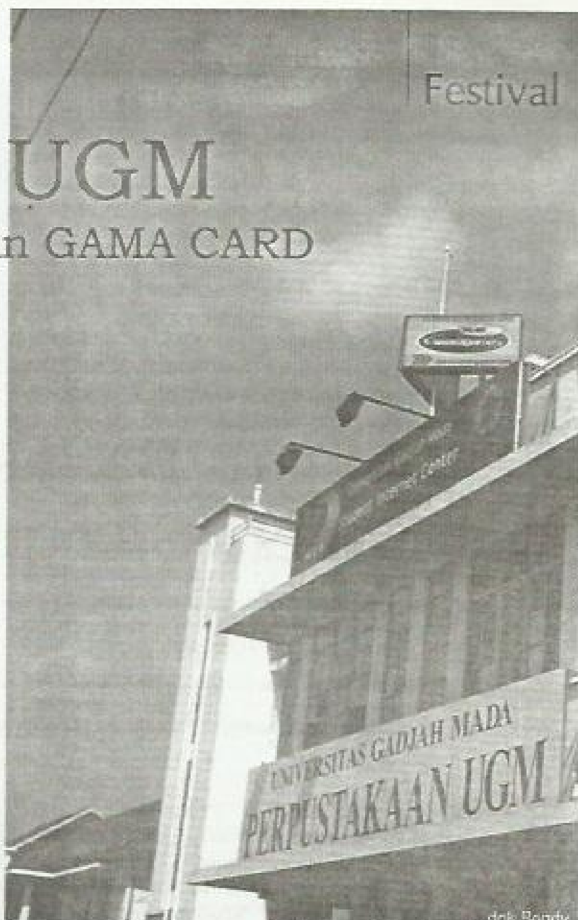
"Saya senang sekali melihat patung ini." ujar seorang pengunjung yang bernama Tony (48) sambil menunjuk ke patung "Surga di Telapak Kaki Ibu". Dengan alasan bahwa dia sangat menyukai tekstur yang terdapat dalam patung tersebut.

"Selama ini orang mengenal saya sebagai penyanyi Orkes Sinten Remen." Ujar Yamiek di sela-sela pameran yang bertempat di PITOE Gallery, Jl. Prawirotaman No.7. Karena itulah melalui pameran ini dia ingin dikenal orang sebagai pematung tentu saja melalui kedalaman makna dari karya-karyanya. Lepas dari profesinya sebagai penyanyi atau karena dia anak dari pelawak nasional Atmonadi (Alm), patung karyanya memang pantas diberi penghargaan. Walaupun cukup menarik, tetapi sangat disayangkan selain pada saat pembukaan, pameran ini sepi pengunjung.[]

|Ides | Emi|

Perpustakaan UGM

Selangkah Lebih Maju dengan GAMA CARD



dok Bondy

Kehadiran Gama Card dengan beragam fasilitas yang ditawarkan bukanlah isapan jempol belaka. Mulai tanggal 23 September 2004, Gama Card yang selama ini hanya bisa digunakan sebagai kartu mahasiswa (KTM) dapat pula dipakai sebagai kartu perpustakaan.

Keuntungan yang diberikan Gama Card berupa panambahan jumlah buku yang bisa dipinjam dengan waktu relatif lebih lama. Selain itu proses peminjaman pun telah terkomputerisasi.

Untuk mendapatkan fasilitas tersebut mahasiswa cukup mengaktifkan Gama Cardnya pada petugas perpustakaan. Bagi yang sebelumnya telah memiliki kartu anggota tidak dipungut biaya pengaktifan, sedang yang belum pernah menjadi anggota dikenakan Rp. 15.000,00.

"Penggunaan Gama Card merupakan tahap awal otomasi perpustakaan UGM dan untuk mengejar ketinggalan dengan perpustakaan di Asia yang tergabung dalam AUNILO (sebuah jaringan kerja sama perpustakaan se-Asia)," ujar Kepala UPT Perpustakaan UGM Idha Fajar.

Layanan Gama Card di perpustakaan merupakan program layanan terpadu. Menurut Wahyu Supriyanto, koordinator bidang jaringan dan database. Kedepan mahasiswa dapat menggunakan seluruh layanan perpustakaan di UGM. "Jadi tidak ada lagi sekat-sekat. Mahasiswa Fisipol dapat meminjam buku di perpustakaan Psikologi begitu sebaliknya," jelas Wahyu.

Namun begitu, Idha Fajar menjelaskan bahwa layanan ini belum bisa dinikmati oleh civitas akademika UGM. Hal ini disebabkan belum seluruh mahasiswa mendapatkan Gama Card dan belum siapnya seluruh pepustakaan UGM yang terkomputerisasi."Harapannya di tahun 2006 nanti seluruh mahasiswa UGM dapat menikmati seluruh layanan yang sedang direalisasikan itu" ujar Idha menambahkan.[ ]

| Supitra |

Meluruskan *Image* Filsafat

Tidak banyak orang tahu apa itu filsafat atau apa yang dipelajari dalam studinya. Sebagian besar masyarakat beranggapan salah terhadap *mother of science* ini dengan mengaitkannya dengan hal-hal yang berbau klenik. Anggapan tersebut lebih merupakan gambaran "kebutaan" akan filsafat itu sendiri.

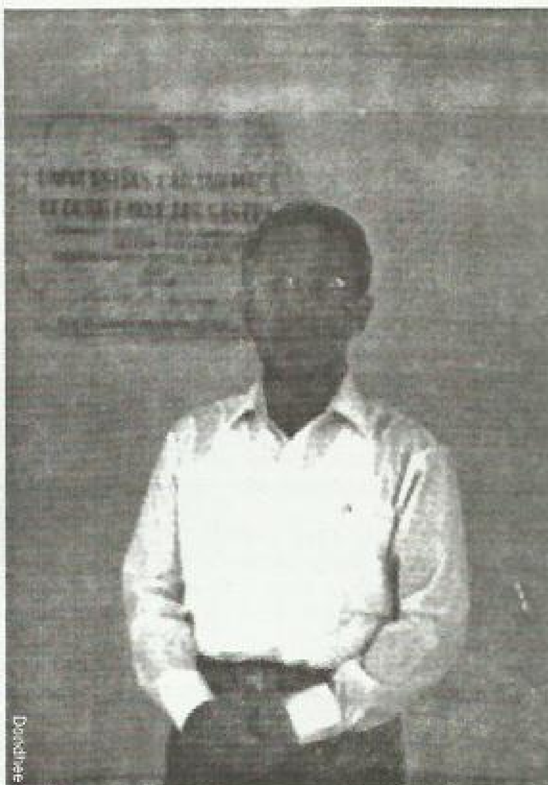
Untuk meluruskan anggapan-anggapan keliru tersebut, digelarlah pekan filsafat UGM yang bertajuk "Siapa Takut Berfilsafat ?". Acara ini berlangsung selama 3 hari, dari tanggal 7-8 Desember 2004 di Lembaga Indonesia Perancis (LIP). Acara terbuka untuk umum dan tidak dipungut biaya.

Menurut Adi Tri Pramono, selaku ketua panitia, acara ini merupakan suatu usaha untuk merubah stereotip yang terlanjur terbentuk di dalam benak masyarakat luas."Acara sengaja dikemas dengan menarik tetapi tetap filosofis," ujar Adi yang juga menjabat sebagai ketua Lembaga Mahasiswa Filsafat (LMF).

Acara yang digelar terdiri dari pentas musik, pemutaran film, bedah buku, juga diskusi umum. Rangkaian acara dibuka dengan pentas musik dari group Jamus Kalimasada, sebuah kelompok musik tradisional kontemporer. Kehadiran group musik ini cukup mendapat sambutan hangat dari penonton. Namun sempat disayangkan pada pertengahan pementasannya sempat terhenti karena listrik padam.

"Siapa Takut Berfilsafat ?" pada hari pertama pelaksanaannya telah menyedot sekitar 150 pengunjung. Acara tersebut merupakan pekan filsafat pertama yang diadakan oleh LMF UGM dan direncanakan menjadi acara rutin tiap tahunnya.[ ]

| Emi |



Dengan Bahasa Ke Negeri Sakura

Berbekal kemampuan bahasa Jepang yang ia kuasai, dan kapabilitas sebagai seorang pengajar, Drs. Ariyanto, M.Hum, staf pengajar di Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya UGM berkesempatan menjadi dosen tamu di Tokyo University of Foreign Studies (TUFS).

Pengalaman Ariyanto selama 3 tahun (2001-2004) mengajar program studi Indonesia dengan konsentrasi pada Studi Kawasan, serta program Studi Linguistik dan Kesusasteraan Indonesia di sebuah universitas terkenal di Jepang memberinya banyak pengetahuan baru tentang Negeri Matahari Terbit itu.

Selama berada di Jepang, pria yang banyak menghabiskan masa kecilnya di desa, tepatnya di wilayah Lampung Selatan ini pun berusaha mengenalkan (bukan menyebarkan Red.) budaya Indonesia dari sisi positif, seperti dalam hal menghargai waktu dan menepati janji. Ariyanto berusaha meluruskan pandangan orang Jepang yang menilai orang Indonesia tidak disiplin.

Sosok yang memiliki filosofi, dahulukan memberi, bukan menerima dengan berlandaskan kasih sayang ini sangat kagum dengan sistem pendidikan di Jepang. Hampir semua mahasiswa dapat menyelesaikan studi tepat waktu, yaitu empat tahun." Jika ada mahasiswa yang tertunda kelulusannya biasanya karena mahasiswa itu mengambil cuti untuk belajar di luar negeri" jelas Ariyanto dengan bersemangat.

Dari perbincangan ringan dengannya tentang pendidikan di Jepang, tampak jelas bahwa secara umum kualitas pendidikan di Jepang lebih tinggi daripada di Indonesia. Hal itu karena didukung oleh fasilitas dan dana yang cukup. Di TUFS kedisiplinan merupakan prinsip dasar yang berlaku bagi setiap civitas akademika. Kuliah kosong dengan alasan apapun adalah hal yang ditabukan di sana . Menurutnya, untuk dapat mencapai kualitas pendidikan seperti di Jepang, langkah pertama yang harus ditempuh adalah meningkatkan kedisiplinan.

Hidup dan menjadi bagian dari masyarakat Jepang selama kurang lebih 3 tahun, memberikan gambaran nyata pada Ariyanto tentang begitu besarnya rasa nasionalisme mereka. Kecintaan mereka terhadap budaya leluhur tampaknya tidak lekang oleh arus globalisasi. Mereka sangat menghargai bahasa dan tulisan Jepang (huruf kanjiRed). "Hampir semua papan nama (untuk nama toko, instansi, nama tempat, hotel), spanduk, dan iklan, ditulis dengan huruf kanji" jelas Ariyanto. Huruf latin sangat jarang digunakan sebagai pendamping huruf kanji kecuali untuk beberapa tempat yang dipandang bersifat internasional seperti di bandara dan stasiun-stasiun yang besar. Bahkan, pengumuman atau informasi untuk publik pun disampaikan secara lisan dengan bahasa Jepang. Menurut mereka setiap huruf melambangkan makna tertentu. Satu hal lagi yang sangat dikagumi Ariyanto, orang Jepang lebih memilih berkomunikasi dengan bahasa ibu mereka daripada bahasa Inggris. Menurut seorang mahasiswanya di TUFS, banyak orang Tokyo yang memilih menghindar jika ada orang asing yang mengajak berkomunikasi dengan bahasa Inggris.

Kepala rumah tangga yang suka mengisi waktu senggangnya ketika tinggal Jepang dengan membaca, menyiapkan bahan kuliah, serta mengunjungi beberapa taman rekreasi ini masih memiliki obsesi terpendam. Ia ingin mengelola waktu untuk berkarya nyata, tiada waktu yang lepas tanpa bekas. Kedisiplinan adalah prinsip hidup Ariyanto sejak dulu. "Pak Ari benar-benar dosen yang disiplin," tutur seorang mahasiswi FIB yang tidak mau disebut namanya. "Selama saya mengambil mata kuliahnya, tidak pernah sekalipun mengalami jam kosong. Hebat! Disiplin banget." tambahnya.

Diakhir perbincangan, Ari, demikian ia biasa dipanggil, berpesan kepada mahasiswa untuk memanfaatkan waktu sebijak mungkin dengan hal-hal yang bermanfaat. Karena waktu tidak akan pernah bisa diulang kembali.[]

Feisal | Ikhdah

Paradoksal Dunia Pendidikan

Sebuah Kontemplasi atas Realitas dan Masa Depan Dunia Pendidikan Tinggi

Hida IHM*

Krisis ekonomi dan tuntutan liberalisasi pendidikan telah mengakibatkan bergesernya paradigma pembelajaran dunia pendidikan kita. Perubahan beberapa universitas menjadi Badan Hukum Milik Negara (BHMN) telah menimbulkan unwanted side effect yang cukup mengkhwatirkan. Mahasiswa hanya memikirkan IP tinggi, cepat lulus, dan mudah cari kerja. Sedang para pendidik lebih senang mengerjakan proyek-proyek basah daripada mengajar. Jiwa materialistik telah membuat sosok



intelektual kampus menjadi intelektual mandul yang tidak mampu menggunakan basis keilmuannya dalam meretaskan ide untuk menuntaskan masalah masyarakat.

Akankah kita menjadi tokoh perawan remaja seperti Perawan Remaja dalam Cengkeraman Militer karya Pramoedya Ananta Toer? Pertanyaan mengapa mahasiswa kita banyak yang permisif dan hedonis, akan sama dengan pertanyaan mengapa Jepang berhasil mengangkut para perawan itu. Ada beberapa jawaban yang bisa kita temukakan untuk menjawabnya. Pertama, gadis-gadis yang bercita-cita mulia untuk maju dan berbakti pada bangsanya, bila tidak mengindahkan kenyataan yang berlaku, akan lebih mudah terpikat oleh tawaran para cukong. Para insan pendidikan yang pada awalnya punya niatan suci untuk belajar, bila tidak punya idealisme dan sadar bahwa mereka punya tanggung jawab besar terhadap kemajuan bangsa, akan menghalalkan segala cara untuk sampai pada tujuan.

Kedua, keadaan yang mencekik akan memudahkan orang untuk melarikan diri pada khayalan sehingga mudah masuk perangkap. Tingginya biaya pendidikan, ditambah budaya hidup yang ingin serba mewah, membuat mahasiswa ingin cepat lulus dengan nilai baik untuk mengejar pekerjaan yang layak. Ketiga, peran orang tua para gadis yang bekerja pada Jepang merupakan faktor terpenting yang memudahkan para wanita muda itu diusung ke negeri matahari terbit. Pemikiran kebanyakan orang tua maupun para pendidik yang hanya menilai kesuksesan belajar dari aspek kognitif saja, tanpa mempedulikan aspek afektif, merupakan faktor utama mengapa kondisi pendidikan kita semakin bobrok.

Perilaku seperti ini telah mendangkalkan essensi pendidikan yang humanis dan menghilangkan fitrah hidup manusia sebagai makluk sosial. Karena sebenarnya, di samping materi, ada beberapa dimensi lain dari tipe-tipe kebutuhan yang seharusnya dapat dijawab dan dipenuhi oleh para insan pendidikan.

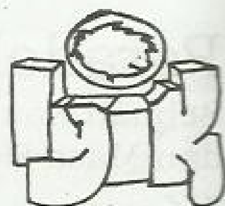
Dimensi lain dari sosok "kebutuhan hidup" itu antara lain: pertama, kebutuhan untuk mengartikulasi atas pengetahuan kita tentang keagungan yang mempesonakan atau ajaib dalam hidup ini. Pendidikan yang kita enyam seharusnya bisa membantu untuk memahami mengapa hidup sering membuat kita merasa kecil. Sebaliknya, karena kita juga punya tendensi untuk menjadi pihak yang diistimewakan dan terpadang, maka pendidikan harus mampu membantu dengan cara apa status itu bisa didapatkan dan untuk siapa kita mendapatkannya.

Kedua, kita membutuhkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan sulit: bagaimana kita bisa berada di sini dan mengikuti serangkaian proses yang kita kenal sebagai "belajar"? Bagaimana ita yakin pada proses belajar tersebut? Untuk tujuan apakah? Ketiga, kita membutuhkan kode-kode untuk hidup dengan aturan yang mengatasi semua hal. Dan gagasan untuk tekrus belajar merupakan mata air dalam hidup yang tak pernah kering.

Carl-Goran Heden dalam bukunya pernah berkata "Crises have always been part of human experience and they have no doubt served as catalyst for many of the innovations which have guided the cource of our history". Masa krisis dan keterpurukan sebenarnya menawarkan peluang munculnya inovasi dan kreativitas untuk memperbaiki keadaan dunia pendidikan kita. [ ]

***Mahasiswa Ilmu Pemerintahan'02, Ketua Unit Penalaran Ilmiah (UPI) "Interdisipliner" UGM**

Narcisist Leader



Pertama, ketika mendengar kata narcisis, saya teringat mitologi Yunani kuno, suatu epik yang dikarang oleh Ovid. Alkisah, dahulu kala ada seorang pemuda sangat tampan bernama Narcissus, yang begitu mencintai diri dan ketampanannya. Agaknya rasa bangga yang dimilikinya terlalu berlebihan karena setiap kali, yang dilakukannya hanyalah memandangi ketampanan wajahnya yang terpantul dari air danau. Makan dan minum pun dia abaikan. Sampai-sampai, dia mati dan kemudian tumbuh menjadi bunga narcissus.

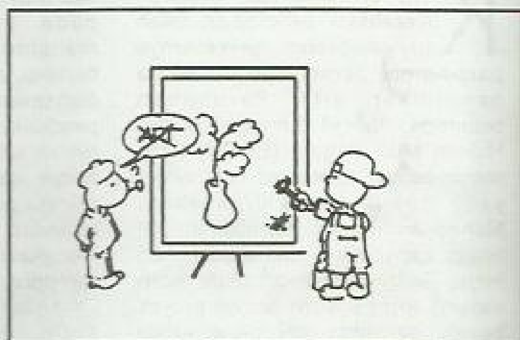
Sigmund Freud, seorang ahli psikoanalisa, mempopulerkan istilah narcisis untuk menyebut seseorang yang memiliki karakter sangat mencintai dirinya sendiri. Istilah tersebut juga lazim digunakan untuk menandai orang-orang yang menganggap dirinya egocentris-fokus dan pusat dari segalanya, menganggap orang lain dan lingkungannya hanyalah sebagai objek pelengkap.

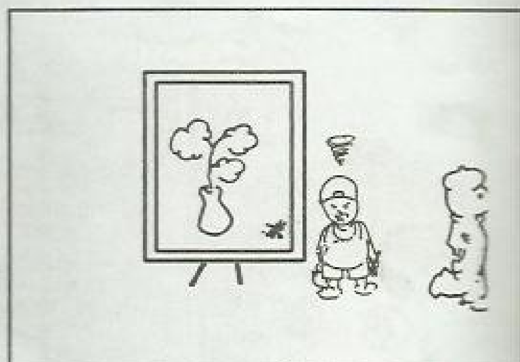
Dalam dunia bisnis dan managemen, nama-nama seperti Jack Welch, Bill Gates, Soros, Michael Dell, ataupun Lou Gestner termasuk golongan pemimpin yang narcisis tulen. Namun justru karena kenarcisisannya itulah kesuksesan yang luar biasa mampu mereka capai. Mengutip tulisan Yuswohady dalam majalah Warta Ekonomi edisi 10 November 2004, menyarikan apa yang ditulis Michael Maccoby dalam bukunya "The Productive Narcisist", bahwa para pemimpin-pemimpin bisnis saat ini umumnya adalah orang-orang dengan narcisist *personality-egocentric*, *self-centered*, *lack of empathy*, arogan-superior, *dominant*, dan individualistik. Teori leadership yang dikemukakan Maccoby memang cenderung menyimpang dari teori-teori leadership sebelumnya. *Narcisist leader* juga adalah tipikal pemimpin yang memiliki change the world personality, yang selalu haus akan capaian yang extraordinari.

Pemimpin yang narcicis merupakan *risk taker* yang seringkali mengeluarkan keputusan-keputusan tidak populer dan cenderung tanpa kompromi. Tipe pemimpin seperti ini adalah seorang *self centered* yang tidak pernah mau peduli dengan opini lingkungannya. Tidak heran jika kemudian muncul sikap yang otoriter, tidak kenal kompromi, *lack of empathy* dan akhirnya cenderung *one man show*. Mereka terlalu percaya diri dan menganggap diri paling mampu menyelesaikan suatu pekerjaan. Mereka yakin benar dengan apa yang dilakukan.

Bagaimanapun sifat dan karakter yang muncul dari para *narcisist leader* tersebut dan apapun konsekuensi sikap yang kemudian timbul karena *narcisist leader* disamping berbagai kelebihannya, tentunya juga tidak bebas dari berbagai sikap negatif yang menjadi sisi buruknya-, toh mereka tetap merupakan sumber inspirasi bagi para *follower*nya. Visinya yang kuat dan terobosan-terobosan yang tidak kenal menyerah serta ide-ide yang cenderung nyleneh adalah nilai plus yang membuat figur pemimpin yang narcisis memang berbeda dari tipikal pemimpin konvensional yang lebih dulu dikenal. Jika demikian, tidak heran jika tokoh-tokoh dengan label *narcisist leader* seperti tersebut diatas mampu menuai kesuksesan yang memang luar biasa.[ ]

|Alfi|











Tanya

Entah apa yang ada dalam benak para petinggi kampus ini. Ketika Ia mulai jatuh dan terjebak dalam kubangan pemujaan dan mengimani uang simbol keterasingan manusia, kata Marx sebagai cara ampuh untuk meningkatkan mutu pendidikan. Barangkali yang tidak pernah dipikirkan mereka adalah bahwa dengan itu mereka mereduksi realitas sosial masyarakat negeri yang rakyatnya tengah dicambuki orang ini. Bahwa yang terjadi di negeri ini rakyat dimiskinkan sedemikian rupa dan kini kampus ini pun karenanya ikut memiskinkannya pula.

Seperti Rendra, aku pun bertanya. Tapi pertanyaanku terbentur birokrasi kampus yang selalu berbelit-belit, ruwet, tapi macet. Tak ubahnya birokrasi negeri ini pada umumnya, yang hanya bekerja kalau ada proyek.

Barangkali yang sering diabaikan para pemegang kebijakan di kampus ini adalah bahwa penduduk negeri ini tengah asyik-masyuk memasuki jaman kelisanan (*orality*) kedua. Maka perjuangan yang harus ditempuh jika kampus ini benar-benar komitmen pada pendidikan masyarakat selayaknya adalah melalui strategi kebudayaan. Strategi kebudayaan yang kiranya mampu membangkitkan kembali tradisi keberaksaraan *(literacy)* yang dulu pernah mewarnai dan turut memperkaya khasanah keilmuan penduduk negeri ini.

Tapi segera saja strategi ini pun akan terbentur sarana dan prasarana pendidikan di kampus ini. Seperti umumnya institusi pendidikan di negeridemikian Goenawan Mohamad yang dengan segala kesedihan dan kesalahannya teramat sulit dilupakan, perpustakaan di kampus ini pun tidak pernah dibangun dengan serius. Selain, lagi-lagi, pengadaan buku-buku yang minim, baik arsitektur maupun tata ruang perpustakaan tidak dibuat sedemikian rupa agar orang merasa nyaman dan betah membaca.

Tentang itu, saya kemudian jadi teringat seorang budayawan Ajip Rosidi. Suatu waktu Ia pernah menyesalkan PTN-PTN Indonesia, khususnya di Jawa Barat, yang sering tidak becus dalam mengelola perpustakaannya sendiri. Ruang-ruang perpustakaan sering terasa dingin dan lembab, dan buku-buku dibiarkan lapuk dimakan ngengat.

Seperti orang yang limbung di tengah perjalanan, aku pun kembali bertanya. Tapi pertanyaanku membentur telinga-telinga yang tidak pernah mendengarkan apa yang datang dari nurani.

Kita pun menjadi mafhum jika kemudian kebanyakan mahasiswa sekarang lebih asyik menghabiskan waktunya di tempat-tempat *game center*, dan rasa kantuk akan segera menyerang jika sudah beberapa menit saja menyentuh buku. Karena, toh memang otak sudah lelah bermain *game*. Betapa hegemoni budaya massa memang telah merasuk sedemikian dalam sampai ke tulang sumsum kita.

Sekali lagi, aku pun bertanya. Tapi pertanyaanku selalu saja terbentur dinding tembok gedung rektorat yang tebal dan berdiri angkuh, tak ubahnya tiran.[ ]

Penginterupsi

sudut

+ Fakultas Filsafat dekan barunya 'kok nggak' dilantik, ya.
- 'Nggak' *marketable* 'sih.

+ Dies Natalis 55 Tahun PT.UGM Tbk. tinggal menghitung hari.
- Semakin tambah usia, semakin tambah mahal pula biaya kuliahnya.


Istimewa

Menyingkap Kamuflase Ilmu Pengetahuan

Berbicara tentang apa yang melandasi terciptanya ilmu pengetahuan, bayangan kita mungkin langsung tertuju pada ranah filsafat, terutama filsafat ilmu. Tentang bagaimana suatu kajian itu terbentuk dan kemudian "disepakati" sebagai ilmu. Dari ranah ini pula muncul berbagai pertentangan apakah ilmu pengetahuan itu bersifat objektif (bebas-nilai) atau subjektif.

Bagaimanakah perdebatan soal kepentingan ilmu itu? Adakah ilmu yang bebas nilai? Menyoal apakah ilmu itu bebas nilai atau ilmu itu mempunyai kepentingan terselubung, pandangan pertama bahwa ilmu itu adalah suatu yang bebas nilai,objektif atau netral merujuk pada pandangan ringan bahwa Einstein menciptakan nuklir tidak untuk membunuh manusia. Sehingga ilmu sering dimetaforkan sebagai sebuah pisau, tergantung siapa yang menggunakannya. Untuk membunuh atau untuk memasak. Dengan demikian secara langsung akan memisahkan ilmu sebagai teori dan ilmu sebagai praktek.

Dalam diskusi lebih lanjut terlontar pernyataan bahwa ilmu berdiri sendiri. Karenanya ia diibaratkan sebagai sesuatu 'diluar sana ' yang jauh dari unsur-unsur subjektivitas, nilai, kepentingan dan kuasa yang berada diluar objek. Karena itu ia akan terjamin kebenarannya.

Banyak sisi yang menyatakan dan bersepakat bahwa ilmu itu sebenarnya tidak bebas nilai, artinya ada kepentingan tertentu yang menyertainya. Dalam arti lain terdapat subjektivitas dalam penciptaan ilmu pengetahuan. Mulai dari asumsi dasar sampai kerangka metodologi yang digunakan olehnya. Asumsi besar inilah yang mengungkap bahwa ilmu pengetahuan adalah sesuatu yang subjektif dan memiliki kepentingan-kepentingan dalam dirinya. Adalah Karl Manheim yang berusaha membongkar baju objektivitas ilmu itu dengan memunculkan sosiologi pengetahuan sebagai cabang sosiologi baru. Intinya adalah ilmu pengetahuan bersifat sosial, politis dan terdeterminasi oleh situasi sosial, waktu dan menyejarah.

Perbincangan panjang tentang sejarah dan proses pemurnian ilmu, misalnya, ada dua epistemologi besar yang bercengkrama. Pertama empirisme yang mencoba mengabstraksikan unsur-unsur yang empiris (aposteriori) partikular menjadi pengetahuan yang universal, sebagaimana yang dituliskan Budi Hardiman dalam Kritik Ideologinya. Kedua adalah aliran rasionalime yang mengunakan prinsip apriori yang mengatasi dunia empirik yang berubah untuk mendapatkan ilmu pengetahuan yang objektif. Pandangan ini kemudian diperkuat dengan positivisme August Comte yang memisahkan antara teori dan praktek. Aliran inilah yang mengklaim diri bahwa ilmu-ilmu alam (empiris) adalah satu-satunya sumber pengetahuan yang benar. Dan implikasinya menihilkan metasifika atau ontologi.

Tetapi dalam perjalanan awalnya positivisme melahirkan sosiologi sebagai ilmu yang ilmiah. Dengan 'syarat' ilmu sosial harus mendasarkan metodologinya pada model teori ilmu alam. Ekspansi metodologi ilmu alam kedalam ilmu sosial menjadi perhatian beberapa tokoh pemikir Jerman waktu itu. Adalah Jurgen Habermas, salah seorang tokoh Madzhab Frankfurt, yang mencoba mendebat itu. Baginya setiap ilmu tidak lepas dari kepentingan yang mengikutinya. Bahwa perkembangan ilmu tidak lepas dari kondisi hidup manusia. Dan itu berarti tidak bebas nilai.

Dari sana dapat diungkap bahwa perdebatan tentang ilmu selalu saja kembali dan bermuara pada dua hal besar diatas. Ilmu yang bebas nilai atau ilmu yang sarat dengan kepentingan-kepentingan didalamnya.

Tetapi beberapa lontaran berbeda juga menyeruak dalam diskusi mingguan ini. Salah satunya ilmu adalah sesuatu yang bebas emosi. Maksudnya bahwa setiap ilmu mempunyai kepentingan yang melatari ditemukannya ilmu itu. Meskipun begitu diskusi ini akhirnya kembali kepada humanitas. [ ]

***)Tulisan ini disarikan dari diskusi mingguan BALAIRUNG**